

CONTAGIE & VENDA

7 passos para direcionar sua
comunicação aos clientes certos e
eliminar os pedidos de desconto.



NAYARAFALCOSKI

COMUNICAÇÃO SISTÊMICA

JÁ PREPARA PAPEL E CANETA PARA FAZER SUAS ANOTAÇÕES AÍ DO LADO!

Sim, resolvi quebrar os padrões de livros que começam com uma mera apresentação que, confesso, resisti muito em escrever por “acreditar que e-book é coisa do passado” e que ninguém ia ler (claro que era uma super crença!).

Mas, ao longo da jornada, percebi que na verdade, tudo que precisamos é descobrir **como transmitir nossa mensagem de forma leve, estruturada, clara e principalmente DO NOSSO JEITO através da comunicação.**

É justamente por isso que escrevi esse livro-prático. Como toda comunicação interpessoal precisa de mais de uma pessoa para acontecer (mesmo nas redes sociais), faço aqui meus 50% transmitindo a informação, e conto contigo nos demais 50% para receber, interpretar e aplicar na sua vida, afinal, sem aplicação, nada acontece.

Vamos ao que interessa! **Por que nossa história impacta na capacidade de influência na comunicação?**

Vou ser direta: absolutamente todas as experiências que você viveu estão atreladas a emoções, **e essas emoções que norteiam sua comunicação**, ou seja, sua mente e seu cérebro estão devidamente programados para te proteger emocionalmente.

Explicação simples, mas quando se trata da prática... nem tanto! Vai exigir um pouco mais de compromisso para que se mude a comunicação e a postura.

É justamente por isso que trouxe **o valor da sua jornada** para esse livro, num passo a passo simplificado e profundo para soltar sua comunicação, de um jeito natural que contagia as pessoas certas com seu jeito de ser e resultando em mais vendas na sua profissão.

Vamos?

ANTES DE COMEÇAR OS PASSOS, SE PREPARE:

Se tem uma coisa que é impossível acontecer, é sua comunicação melhorar só consumindo a teoria. Essa é a maior autossabotagem que você pode cometer, então vamos cortar o mal pela raiz.

Comunicação envolve o seu mundo emocional, ativo e valores, incluindo tudo que você aprendeu quando criança, e possivelmente você não lembra, mas interfere em tudo que você faz (e fala) até hoje.

Ok, e o que isso tem a ver com clientes e vendas?

T-U-D-O.

Pelo simples fato de que a forma que você se apresenta, com postura, tom de voz, gestos e palavras, vem de dentro para fora e condiz 100% a respeito de quem você é.

Justamente nesse ponto é que muita gente se trava com os perfeccionismos, medos do julgamento, fechar clientes a qualquer preço, olhar para o mundo digital como futilidade, ou tentando entender por que outras pessoas vendem e fecham clientes com uma facilidade absurda, como se fosse um dom.

A proposta aqui é te levar a transformar o perfeccionismo em dedicação e usar os julgamentos a seu favor, como características que impulsionam sua comunicação.

Então se atente na melhor forma de colocar esse livro a seu favor: a cada passo há uma orientação para colocar em

prática, beleza? Essa AÇÃO vai fazer diferença na hora de você se comunicar, *principalmente na frente dos clientes que você quer conquistar!*

“A prisão aos paradigmas é como uma estaca imaginária, que nos impede o movimento em direção ao futuro”

Walter Longo.

PASSO 01: SER INCRIVELMENTE EMOCIONAL.

Nós não temos a capacidade de entender 100% das coisas que acontecem ao nosso redor. Daí você já entende a fonte do tão temido julgamento alheio.

E por mais lógicas que algumas pessoas pareçam ser, acredite, são seres emocionais.

Vou explicar brevemente como isso acontece, e o porquê vai fazer diferença para você no passo 4.

Atenção: Pular os passos é um **profundo erro que você pode cometer**, siga o passo a passo na primeira leitura, e depois volte para consultar o que precisa, ok?

Desde a gestação da mamãe, quando somos um bebezinho, já estamos registrando em nosso sistema nervoso as informações importantes de como a entendemos o mundo ao nosso redor. Porém é preciso entender que uma coisa é o mundo lúdico e de conto de fadas da nossa infância e outra é a história que realmente foi vivida.

A realidade é que nessa fase nenhuma criança sabe se defender, e no processo de formação das belas pessoas que somos hoje, algumas informações foram registradas no sistema nervoso como reações emocionais de sobrevivência a esse mundão, que acontecem de forma inconsciente nos bastidores da mente.

Mas calma, não precisa se desesperar, tanto eu quanto você passamos por isso e está todo mundo vivo.

O que importa?

Importa como a gente vai adequar isso a partir de hoje!

Preste atenção nessas 5 sensações básicas que ativam nossas reações de sobrevivência:

Algumas pessoas vão se sentir desconfortáveis por **serem incrivelmente criativas e imaginativas**, tem a sensação de que o mundo não entende as ideias delas, como se fossem de outro planeta. Tendem a se expor menos mesmo, porque o contato físico não é lá uma coisa que elas optam, afinal é a mente e as ideias que importam.

Essas pessoas tendem a se comunicar maravilhosamente bem por textos, mas também tem dificuldade de conversar por muito tempo com o cliente, de ter que abraçar. Opta por ter trabalhos que fique na frente do computador ao invés de se expor muito.

Outras já são extremamente comunicativas e morrem de medo de fazer uma live e não dar ninguém nas redes sociais ou do cliente escolher o concorrente. São pessoas mais espontâneas, e mais sensíveis também.

O alerta que dou é que por serem **extremamente empáticas**, tendem a sentir afundo o que as pessoas precisam e ficam com dificuldade de vender seus produtos/serviços.

É só entender que vender é uma forma de ajudar.

Há também os que não vão ter dificuldade nenhuma de negociar, aliás, persuasão e vendas são os que eles mais gostam, o porém é esse perfil saber é que não precisa ficar se vangloriando para que o cliente perceba que ele faz de bom. É importante para esse perfil entender **o que ele ganha em troca de estar ajudando** as pessoas através do seu trabalho.

Afinal, se tudo estiver no ganha-ganha, ninguém se sente em dívidas. Falaremos mais sobre isso nos próximos passos.

Um quarto perfil de pessoas é mais reservado, tem a necessidade de ter tudo planejado e checar o que precisa expor de informações.

Tendem a ser mais lentos que os demais quando implantam suas estratégias, mas respeitar o “passo a passo” faz bem demais para essas pessoas. Vão sentir mais dificuldades de gravar vídeos e precisarão de scripts para conseguir negociar, vender e atender os clientes, por detestarem a exposição à mercê do julgamento, mas é só ter **todos os pontinhos planejados** que fica tudo ok!

E por fim, teremos as pessoas que sempre vão se comparar com o perfil alheio, por buscaram fazer melhor que a concorrência. E eis um grande alerta!

Esse perfil vai tender a ser mais perfeccionista. Aparecer bagunçado, descabelado é algo que nem passa pela cabeça deles.

O alerta que dou é simplesmente entender que dá para ser **único, estratégico e ágil**, e não se prender por micro detalhes, por já serem competentes para realizar tudo.

O que é ruim, é que expor suas vulnerabilidades vai doer na alma, e essas pessoas vão tentar sempre dar um jeito de parecer perfeito. Se jogar por inteiro nas realizações e atendimento ao cliente é a chave para fazer o perfeccionismo virar brilhantismo.

Todos temos um pouco dessas características mencionadas acima, o que difere uns dos outros é a intensidade que ocorrem.

O que importa aqui é que você desenvolveu essas características todas na infância (provavelmente você não lembra) e elas entram em jogo na comunicação e relacionamento com o cliente.

Além disso, somos uma fonte de aprendizagem e “desaprendizagem” constante.

O tempo todo somos expostos a uma enxurrada das mais variadas informações e sensações! Sejam culturais, de educação familiar, religiosas, de lazer, de amigos, profissionais, de filmes e viagens. Essas experiências interferem diretamente na mente e **é isso que faz o seu diferencial acontecer.**

Entenda, não quer dizer que você vai falar sobre tudo, é o contrário! Você vai investigar sua vida e agregar ao seu conhecimento essas características que vão enriquecer e fortalecer a sua jornada!

Você vai entender a importância disso tudo no passo 05!

Mas já antecipando uma parte, é importante deixar bem claro que **o melhor é sempre relativo**.

E sabe por que essa é uma absoluta verdade?

Simple, o que é melhor para você, não necessariamente é melhor para o seu amigo, parente, cliente.

Porém, **o único é inquestionável**. Não existe uma cópia sua nessa vida, e é justamente isso que vai interferir no seu **posicionamento e no seu sucesso ao contagiar os clientes certos**.

Agora é hora de se preparar para o passo 02.

É preciso ter clareza do que fala mais alto em você. Então vamos a parte prática desse primeiro passo.

RESPONDA AS SEGUINTE PERGUNTAS:

1. *O que são meus pontos fortes e meus pontos fracos?*
2. *Que valores eu carrego comigo que não abro mão?*
3. *O que resolvo na vida das pessoas?*

PASSO 02: HORA DE ATIVAR O SEU CICLO DNA

O primeiro passo já trouxe um convite lindo para olhar para trás, para sua jornada! E espero fortemente que você tenha respondido as questões do passo 01 antes de continuar aqui.

Sim, te entendo. É bem difícil a gente olhar para os pontos fracos, mas é como entrar num carrinho de montanha russa, bate a adrenalina, o desespero, e com o tempo, você passou por altos e baixos, com turbilhão de sentimentos que muitas das vezes não sabemos nem explicar o que foi. Só sabe dizer uma coisa: **a experiência.**

Olha para tua vida agora e veja a experiência que você tem, independente da profissão que hoje você escolheu.

Essas experiências estão conectadas a forma como você trabalha. E vai além disso! No decorrer dos passos você vai entender o porquê.

Todo mundo ensina que é para frente que se olha, e raríssimas exceções mostram a importância de entender o olhar para frente e para trás.

O que é mais curioso, e que há uma incrível tendência à deixar nosso passado escondidinho a sete chaves, com o bondoso intuito de transmitir uma imagem profissional incrível, que respeite nossa privacidade.

Vamos aprofundar um pouco sobre isso, ok?

Algumas pessoas escolhem uma profissão para fugir de das experiências que viveram (muitas das vezes foram ruins e buscam fortemente melhorar de vida), outras para consolidar talentos “natos” (daqueles talentos que até dói deixar de lado, na hora a gente sente que é um desperdício não deixar fluir).

Mas todos fazemos escolhas conforme crenças e experiências que temos em nossa mente.

Bert Hellinger, psicoterapeuta e criador das constelações sistêmicas, trouxe a importância do pertencimento para o progresso na vida dos seres humanos.

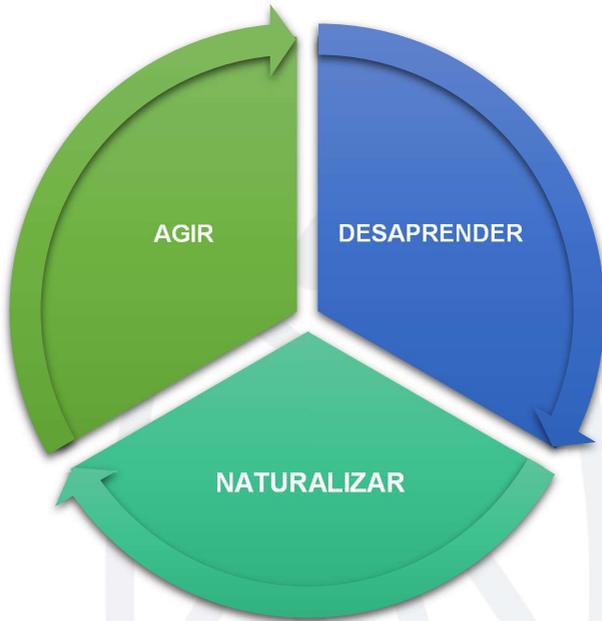
Se excluimos o que vivemos do nosso dia a dia, da nossa jornada, **que força teremos para falar com propriedade do que gostamos?**

Para muitas pessoas é até difícil falar do que se gosta! Frequentemente afeta seus dias e claro, **na eficácia da sua capacidade de comunicação**, seja online, offline, no trabalho ou com amigos.

Então nesse momento, olhe para sua vida, para todos os passos que você já deu. Com a profissão que você tem hoje, o que você resolveria na sua própria vida para ser mais feliz?

Aqui começa a construção do seu DNA na comunicação. Nesse caso, não falamos apenas do código genético, mas sim de três etapas importantíssimas para colocar sua personalidade e experiências em pauta! Por isso ciclo DNA.

Observe como funciona:



Primeiro de tudo: Quantas coisas na vida a gente aprende, carrega, e no fundo a gente sabe que só está sendo uma enorme âncora nos nossos tornozelos, que nos fazem arrastar os pés e tornam nossa caminhada menos prazerosa?

É importante **DESAPRENDER** algumas coisas, para dar abertura ao novo. Limpar o que atrapalham nossa jornada para dar espaço ao que facilita.

E o que de fato precisamos desaprender?

Vamos a 2 pontos que certamente já irão contribuir com você!

1. A CULTURA DO DIPLOMA

Está simplesmente na atmosfera do brasileiro a necessidade de ter títulos, diplomas que tomam conta do ser humano ao ponto de **eliminar sua identidade própria**.

A prova disso simplesmente está na apresentação das pessoas.

“oi, sou fulana, arquiteta”, “ou sou ciclano, advogado”.

Não está errado ter uma profissão. O que está errado é o engessamento de personalidade promovido por tal!

Responda: Quem é você sem citar sua profissão?

Invariavelmente, essa pergunta gera um “bug” no sistema. Nos apropriamos tanto de querermos ser exímios profissionais que *esquecemos de sermos humanos!*

E todo ser humano vive de trabalho, relações, experiências. Você lembra do diploma ou da emoção de ter se formado? Da expectativa de concluir o curso que você fez ou do certificado?

Claro que isso molda a forma como você pensa, sente e age nos seus dias, e deixa sua identidade própria de lado.

2. TÍTULOS EMOCIONAIS

Quantas e quantas vezes você escuta das pessoas ou familiares:

Você precisa ser _____? *(complete com a característica que mais você ouviu sobre você).*

Não importa a fonte, seja religiosa, cultural, familiar, profissional. Frequentemente são dadas orientações não solicitadas sobre a personalidade que temos, que contribui para uma constante necessidade de agir para se sentir aceito, acolhido, reconhecido.

Eis a importância de desaprender, para reaprender o que realmente necessário e continuar o ciclo DNA, o **naturalizar!**

Todo mundo admira as pessoas que se comunicam de forma natural em qualquer lugar.

Você percebe que aquele jeito é daquela pessoa mesmo! E veja que interessante, essas pessoas não contrariam seus conselhos de classe ou éticas profissionais (acredite, muita gente se molda para respeitar essas entidades de classe e perdem sua essência).

O processo de Naturalização vem da clareza colocar no papel aquilo que você acredita sobre você, o que você quer, e o que atribuíram a você!

Aqui realmente vem a importância da sua história!

As experiências vividas já vão te dar parâmetros do que você naturalmente não gosta, e um norte para o que você realmente gosta. Essas são as informações que demonstram o quanto de você se perdeu no tempo, e o quanto de você ainda mantém aí dentro, o que você é, e o que você quer se tornar.

Alerta: Esse processo é apenas para te dar clareza sobre você mesmo, então tenha carinho com suas anotações,

traga para o papel simplesmente aquilo que é pertinente à você. Não existe culpado, vítima e nem acasos.

É simplesmente sobre você. *O que aconteceu não tem como alterar, mas o que acontece daqui para frente com suas informações, só depende de você!*

Com base em todas essas informações, chega o momento de **AGIR**.

Agora você tem parâmetros para expor sua comunicação natural. Entre em campo e teste, fale, anote o que te faz bem ou mal, o que ainda te dá vergonha, o que te trava para e ir sempre lapidando o melhor que você pode ser.

É aqui que você coloca seus objetivos a serem alcançados, alinha seus sonhos, e traz sua comunicação para ser um forte aliado na conquista desses objetivos (sim, vender para as pessoas certas precisa disso alinhado).

Nós, seres humanos, processamos informações e tomamos decisões com base nas características que já se encontram em nossa mente.

Nos identificamos com pessoas e ambientes de acordo com as crenças e experiências que vivemos (consciente ou inconsciente). Por isso, sempre espelhamos no outro o que tem dentro da gente.

Seu cliente é da mesma forma.

Então para atrair o cliente do sonho, precisamos ser reflexo disso. Respeitando nossos valores e nossas emoções.

No próximo passo veremos como fazer isso, mas antes anote nos quadrados o que você já identificou que precisa:

Desaprender

- O que você realmente se incomoda no teu comportamento atual?

Naturalizar

- Como você se imagina e gostaria que fosse?

Agir

- O que você precisa fazer para naturalizar?

PASSO 03: VOCÊ, A FONTE DE CONTÁGIO.

Se alguém te disse que a comunicação só acontece quando alguém fala e outra pessoa escuta, esqueça isso já!

A comunicação começa em **VOCÊ!**

Afinal, se você não estiver bem consigo mesmo, será praticamente impossível gerar bons resultados a partir do estado que você se encontra.

Então saiba desde já, o contágio é inevitável.

Prova disso são aqueles vídeos de bebês soltando uma bela gargalhada, você assiste, segundos depois está rindo com o neném.

Ou também os filmes, que poderosamente nos motiva, entretém, inspira, aguça nossa curiosidade, amedronta, dentre os diversos sentimentos que a indústria do cinema trabalha com maestria.

Nesse momento, **você é fonte de contágio e é contagiado por alguém.**

O que ninguém conta é que somos capazes de utilizar isso a nosso favor, *simplesmente através da nossa intenção*.

Antes de falar sobre isso, preciso revelar um segredo que está na nossa história de vida.

Todos nós temos uma história única, que moldou a forma de pensar, sentir e agir.

Não existe história ruim. Existem jornadas individuais, e cada um é responsável pela própria caminhada.

As experiências que você passou foram as responsáveis por conduzir seu raciocínio nas respostas das perguntas do passo 01, e catalogar o DNA do passo 02.

Com essa clareza em mãos, já fica muito mais fácil de perceber o que faz bem, o que faz mal, o que é pertinente a você, e o que você fazia apenas para pertencer a algum grupo.

Você estava contagiado por aqueles sentimentos, e tem a escolha de mudar o rumo a partir do momento que sabe o que acontece.

A essa altura você já sabe que tipo de cliente te faz mal, e já começa a imaginar aquele que você deseja ter, o que é o assunto do próximo passo.

Então voltamos a intenção.

Da mesma forma que você se deixou ser contagiado pelas experiências que viveu, de alguma forma também teve a intenção de vivenciá-las (mesmo que sem saber, ou ter o controle disso, afinal você aprendeu isso na sua família e onde conviveu, o que chamamos de sistema de origem).

Agora é a hora de usar tudo que foi sem querer, a seu favor.

Dentro de todas essas experiências, você possivelmente viveu algumas que outras pessoas também vivem, como aqueles sonhados clientes.

E justamente por ter vivido essa experiência, a intenção de resolver fica muito mais forte, e assim é possível trabalhar a conexão emocional junto com sua expertise profissional.

Vamos relembrar a pergunta do primeiro passo:

“o que você resolve na vida das pessoas?”

Alinha isso agora com essa vivência, com essas experiências que você teve. Já ganha um novo contexto, e mais intenso, mais cheio de vida.

Você já começa a atrair naturalmente pessoas que se identificam com sua história de vida, e assim valorizam mais o seu trabalho.

Naturalmente uma pergunta surge nesse momento:

Vou ter que expor minha história?

Sim e não. Você não precisa expor a vida completa, apenas a parte da sua história que se conecta com seus clientes (uma poderosa estratégia, que trabalha a identificação), e deixa claro seus valores.

É do comportamento humano procuramos pessoas que **entendem nossos problemas**, e esse ponto de conexão entre você e o cliente é um elo fundamental.

Ao ter vivido a situação, a solução que você deu para o ocorrido, juntando com sua profissão, você alinha vivência, experiência e sentimento num único discurso, o que promove uma diferença na forma como seu cliente percebe você.

Assim as portas se abrem para que você fale com entusiasmo do que faz, do seu conteúdo, e seu cliente percebe seu valor.

Eis o contágio.

ANTES DE IR PARA O PRÓXIMO PASSO, RESPONDA:

O que você encontra de semelhanças entre você e as pessoas que você já atendeu?

Se você não teve clientes na vida ainda, que amigos você tem que amaria ter como clientes? Encontre as semelhanças nesses amigos, e escreva.



PASSO 04: IDENTIFICANDO A PESSOA QUE SE CONECTA COM VOCÊ.

Esse passo é libertador. É o passo que realmente separa o joio do trigo.

Sabe aquela frase: Você não nasceu para agradar a todo mundo? Fico feliz que você já coloca em prática.

Sei que já desagradou algumas pessoas sem querer. O que vamos trabalhar nesse passo, não é questão de agradar ou não.

É questão de **FOCO!** O que naturalmente desagrada algumas pessoas. Como você quer atender o cliente dos sonhos se se entope com clientes genéricos?

Não vale pensar, “mas são os que chegam”. Se são esses que chegam, é porque sua comunicação atrai esse tipo de cliente.

Seja pelos lugares onde você capta cliente, seja pelas redes sociais, seja pelo networking, seja qual for a fonte.

O erro mais comum é: não há nenhum direcionamento no tipo de cliente que você quer captar.

E o segundo erro mais comum é: catalogar esse cliente sem considerar sua história.

No primeiro erro, você conta “com a sorte”.

No segundo, *algo te diz que você não tem propriedade para atender aquele cliente*, ou porque o cliente não bate com suas características (te cobra, te desvaloriza, suga sua alma) ou porquê surge uma sensação de que o cliente dos sonhos é muito pra você ao ponto de precisar daquele cliente a qualquer custo, cobra barato para fechar com o dito cujo, e cansa por ver que o trabalho não valeu o que foi cobrado.

Lembra dos seus valores? Aqueles que você não abre mão? Eles estão em jogo.

Então vamos ao direcionamento dos clientes ideais. O básico que você precisa para começar a mirar a pessoa certa é ter anotado o seguinte:

- 3 valores incontestáveis seus.
- 5 problemas que seu cliente passa

- 5 motivos pelo qual ele não te contrataria (que não sejam por tempo, ou por dinheiro)
- 3 grandes medos do seu cliente (aqueles que fazem ele realmente se mexer em busca de solução)
- 3 mitos que ele acredita, e que você sabe justificar que são mitos.
- 3 sonhos que seu cliente quer realizar
- 3 características culturais, de educação e familiares.
- A transformação que seu trabalho causa.

Tenha atenção nesse ponto: não é qualquer transformação. É aquela que faz seu cliente ficar extremamente agradecido pelo seu trabalho.

Exemplo de transformação:

Ganhar um processo trabalhista – Devolver, por meio da justiça, **a paz** por provar seus direitos de trabalhador.

Construir a casa própria – materializar o **sonho de viver** em um ambiente com sua personalidade.

Saber usar as redes sociais – Transformar as redes sociais em uma verdadeira **experiência de vendas** para o cliente ideal.

Preciso te fazer um apelo, daqueles em que ajoelho, coloco as mãos esticadas uma de palma para a outra e encosto no queixo: Pelo amor da Vida, **sempre pense na emoção do seu cliente!**

Entender o contexto emocional do cliente gera empatia, e abre portas para a confiança entre as partes envolvidas.

**PASSO 05: MENOS TÉCNICO, MAIS HUMANO. DESENVOLVA A
COMUNICAÇÃO SISTÊMICA.**

Hora de fazer a conexão entre você e seu cliente através do que você comunica!

A primeira etapa desse passo é **ficar calado**.

Falar demais atrapalha na compreensão da pessoa que está ali na sua frente. Se ela está entrando em contato, entenda qual a necessidade que ela tem, e se está alinhado com o que você catalogou no passo anterior.

Logo no começo desse livro falamos sobre crenças culturais, experiências, filmes e o que você viveu, lembra?

Aqui você vai perceber que pontos da sua história também se conectam com seu (sonhado) cliente ao entrar em contato com ele.

Além disso, visite as redes sociais do seu cliente, perceba como ele escreve, que palavras ele usa. Entenda que seu cliente também tem uma história e muitos fatores

aconteceram antes e que levou ele a ser quem é no dia que chega a sua frente ou entra em contato.

Esse processo te ajuda a desconstruir os jargões técnicos e se tornar mais humano, por consequência, mas claramente entendido, e assim trabalhar o pertencimento.

Ao expor seu conteúdo, conte histórias que exemplifiquem o que você quer passar.

Analogias em histórias são extremamente poderosas, pois facilitam a compreensão de quem está ouvindo seu conteúdo. Afinal são dois mundos diferentes, dois sistemas diferentes, duas histórias diferentes.

Imagine agora quando o conteúdo se conecta às experiências do cliente? Quando uma analogia menciona uma marca que ele gosta, ou a uma experiência de viagem que ele passou ou gostaria de passar?

Com toda certeza são formas de comunicar que libertam o teu jeito de ser e se aproximam do seu cliente, promovendo um equilíbrio na troca, na comunicação.

Considere sempre que seu cliente é leigo. Mesmo que ele tenha a mesma profissão que você!

Desde sua roda de amigos, de um networking, e nas redes sociais, suas conversas servem para esclarecer, gerar confiança e encurtar o caminho para uma venda.

Por isso que, acima de tudo, você precisa ser verdadeiro e autêntico, respeitando sua história com a postura de quem confia no que faz, vestindo e usando elementos que fortalecem o seu discurso.

Vamos colocar esse passo em prática?

Escreva 1 história com uma analogia ao seu produto ou serviço, em que a moral da história seja o que você defende com seu trabalho.

PASSO 06: EM CIMA DO MURO, NEM GATO GANHA ATENÇÃO.

POSICIONE-SE.

É comum termos afinidade com muitas coisas. Mais comum ainda é quisermos englobar todas essas coisas quando comunicamos, cuidado!

O resultado disso é que ninguém entende o que você é **por ruído de comunicação**.

Sua história é um agregador potencial para seu caminho, exatamente por isso o começo desse livro te convidou a olhar para trás.

E agora o convite é justamente o olhar para frente: Você já tem clareza do que é capaz, do cliente que você quer, agora é hora de bater martelo a respeito de como vai se apresentar.

Serei um diferencial pelo meu atendimento? Vou buscar uma forma nova de apresentar meu trabalho? Falarei só para mulheres?

É necessário definir um posicionamento e aprender a dizer sim e não. E claro que aqui bate o medo de dizer não para um cliente quando se está precisando do mesmo, não é verdade? Mas calma, em breve falaremos sobre isso.

Segundo Philip Kotler, posicionamento é “a ação de projetar o produto e a imagem da organização com o fim de ocupar uma posição diferenciada na escolha de seu público-alvo”, ou seja, é como você quer ser lembrado pelo seu cliente.

Vamos agregar aqui também a visão sistêmica, em que seu posicionamento interfere na vida de uma outra pessoa em 3 leis:

No pertencimento: Seu cliente te escolhe por afinidade de valores e por sentir que faz parte do seu contexto.

Na hierarquia: Tudo que aconteceu antes com seu cliente e faz com que ele te procure com os critérios dele, respeite isso.

No equilíbrio de trocas: trabalhando sua postura e sua entrega com toda a força que sua história promove, o valor percebido pelo seu serviço será o que o cliente paga no equilíbrio da experiência que você oferece por meio do seu serviço. Sim, você recebe exatamente o que você sente que vale, por isso é tão importante se apropriar da sua história.

Agora é a hora que você direciona a rota, e defende o que você acredita como profissional. O posicionamento alinhado com sua história te fortalece, facilita seu tom de voz, e permite que seus clientes entendam claramente quem você é.

Então anote: Se seu cliente chega agora com você, qual é a primeira impressão que ele deveria ter?

PASSO 07: O VALOR FOI CONSTRUÍDO, CONFIRME NA MENTE DO SEU CLIENTE.

Por fim, com todos os passos realizados, agora é hora de se manter atualizado e atento.

As movimentações acontecem o tempo todo e é necessário sempre buscar ver o que está acontecendo ao redor.

Chegou um cliente novo? Se antecipe, pesquise sobre as preferências dele.

Foi de forma presencial? Lembre sempre das características que você anotou.

Para eliminar o pedido de desconto, lembre-se que na comunicação a **ordem dos fatores alteram o resultado**, então quando conversar com o cliente SEMPRE lembre dessa sequência:

Pergunte, Escute e Proponha.

Perguntas abrem possibilidades, vão te ajudar a compreender o cliente por ter a chance de ouvi-lo.

Escute, preste atenção no que o cliente fala, afinal ele está ali para que um problema dele seja resolvido, e não para saber se você tem os melhores diplomas do mundo. Nesse momento, mais importante que seus diplomas é o que o cliente realmente precisa.

Quando a pessoa sente que você está genuinamente interessado em compreender o mundo dela, é uma porta que se abre para que a confiança em você seja plenamente estabelecida e assim construir o valor percebido pelo profissional que você é.

Depois proponha, você deu espaço para que o cliente estivesse ali, ele vai se sentir confortável em acolher sua proposta como forma de retribuir.

Imagine que você está num restaurante, logo na entrada você é cuidadosamente conduzido por um recepcionista da casa para uma fantástica mesa com vista para a melhor área da cidade. Você já dá aquele suspiro!

Como cortesia da casa, recebe um couvert maravilhoso, daqueles que você nunca degustou antes. Simplesmente divino! Com certeza uma experiência que jamais será esquecida, concorda?

É exatamente isso que devemos fazer com nossos clientes, eles jamais vão esquecer o quanto foram bem recebidos e do nosso atendimento!

Na proposta, diga como funciona seu serviço, o que você vai oferecer e pergunte se ele tem alguma dúvida. Se tiver, sane todas as dúvidas antes de falar o valor do seu serviço.

Só depois fale com confiança quanto que todo esse acolhimento e entrega profissional custa.

Essa conduta já diminui drasticamente a possibilidade de pedir descontos. Caso ocorra, se sinta confortável em dizer que não tem como, mas que você pode agregar um algo a mais (aqui você precisa se preparar antes para que possa oferecer) no serviço dele, como um bônus para que ele feche com você.

E facilite as formas de pagamento, muitas vezes o cliente não fecha por não ter como pagar, e não porque achou realmente caro.

Chega de deixar o cliente dos sonhos passar, agora é hora de convidar ele para entrar, ficar e valorizar seu conhecimento.

Esses 7 passos já vão te ajudar nessa caminhada e são parte do Destrave sua Comunicação sistêmica, meu treinamento completo para comunicar de forma leve e assertiva. Espero ter contribuído fortemente com você! Nos vemos em breve!

“Quando a situação for boa, desfrute-a. Quando a situação for ruim, transforme-a. Quando a situação não puder ser transformada, transforme-se.”

Viktor Frankl



Acesse o Instagram



[nayarafalcoski](https://www.instagram.com/nayarafalcoski)